



**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN JASA PENGINAPAN  
PADA HOTEL GRIPTHA KUDUS**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata satu (S1) pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muria Kudus

Diajukan Oleh :

**SANDHA IRIATO**

NIM.2009-11-118

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
TAHUN 2013**

**ANALISIS STRATEGI PEMASARAN JASA PENGINAPAN  
PADA HOTEL GRIPTHA KUDUS**

Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, 2013

Mengetahui,

Ketua ProgDi

Pembimbing I

**NOOR AZIS, SE, MM**  
NIS. 0610701000001179

**Dr. Drs. H. M. ZAINURI, MM**  
NIS. 0610702010101026

Mengetahui,

Dekan

Pembimbing II

**Dr. Drs.H. MOCHAMAD EDRIS, MM**  
NIS. 0610702010101021

**FITRI NUGRAHENI, SE, MM**  
NIS. 0610701000001196

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

- 📖 Mereka itulah orang yang dibalasi dengan martabat yang tinggi (dalam surga) karena kesabaran mereka dan mereka disambut dengan penghormatan dan ucapan selamat di dalamnya,

(Q.S. Al-Furqaan; 75)

- 📖 Sukses bukanlah milik orng yang tak pernah gagal . Melainkan milik orang yang tak pernah menyerah.
- 📖 Bukan kesulitan yang membuat kita takut. Tapi, ketakutan yang membuat kita sulit . maka ,jangan pernah coba menyerah dan jangan pernah menyerah untuk mencoba. Jangan katakana kepada Allah : “ aku punya masalah besar” tapi, katakana kepada masalah :” Aku punya Allah Yang Maha Besar.”

### PERSEMBAHAN :

1. Kedua orang tuaku tercinta
2. Adeku tercinta
3. Teman-teman dan Sahabat
4. Almamater UMK

## KATA PENGANTAR

Syukur Kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, serta hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul : **ANALISIS STRATEGI PEMASARAN JASA PENGINAPAN PADA HOTEL GRIPTHA KUDUS (Studi Kasus Pada Pemasaran jasa di Hotel Griptha Kudus)**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Keberhasilan penelitian ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang menjadi motivasi penulis untuk menyelesaikan penelitian ini. Oleh karena itu dengan ketulusan hati penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya sehingga terwujudnya skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Bapak Dr.Drs. H. Mochamad Edris, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Muria Kudus yang telah memberi izin untuk mengadakan penelitian dalam penulisan skripsi.
2. Bapak Noor Aziz, SE, MM, selaku Ketua Program Studi pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah memberikan izin untuk melakukan penelitian serta memberikan keterangan yang penulis perlukan dalam penulisan skripsi ini.
3. Bapak Dr. Drs. H. M. Zainuri, MM , selaku dosen pembimbing I yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

4. Ibu Fitri Nugraheni, SE, MM, selaku dosen pembimbing II yang telah banyak memberikan petunjuk, bimbingan dan arahan hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah banyak memberikan bekal ilmu kepada penulis.
6. Pimpinan General manager Hotel Gripta Kudus, yang telah berkenan memberikan ijin untuk penelitian ini.
7. Seluruh responden yakni konsumen Hotel Gripta Kudus, yang telah meluangkan waktu guna pengisian kuesioner dalam penelitian ini.
8. Kedua orangtua dan keluarga besarku yang telah memberikan bantuan do'a restu dorongan maupun moril dan materiil sehingga skripsi ini dapat selesai, serta adeku Bayu, terima kasih banyak.
9. Sahabat-sahabatku teman-teman kerja dan seluruh kelas A maupun B ,karena kalianlah aku tahu arti persahabatan, yang tak hentinya memberikan semangat dan dorongan.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Penulis dengan senang hati menerima saran dan kritik untuk perkembangan skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat adanya bagi siapapun. Terima kasih semoga Tuhan memberkati kita semua. Amin.

Kudus, 10 September 2013

**SANDHA IRIANTO**  
NIM. 2009-11-118



**ABSTRAKSI / RINGKASAN**  
**UNIVERSITAS MURIA KUDUS**  
**FAKULTAS EKONOMI JURUSAN MANAJEMEN**  
**STATUS TERAKREDITASI B**  
**STRATA 1 : 2013**

- A. Nama Penyusun : SANDHA IRIANTO  
B. Judul Skripsi : ANALISIS STRATEGI PEMASARAN JASA  
PENGINAPAN PADA HOTEL GRIPTHA KUDUS  
C. Jumlah Halaman : Permulaan xiii, isi 91 Tabel 21, Gambar 5  
D. Ringkasan :

Strategi pemasaran untuk meningkatkan tingkat hunian kamar di hotel Griptha terus digalakan. Dari mulai promosi lewat iklan, persaingan harga, dan memfasilitas kamar dengan fasilitas yang lebih lengkap, dan pelayanan yang terus ditingkatkan sehingga pelanggan dapat merasakan kenyamanan.

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah untuk dimana letak posisi strategis pemasaran jasa penginapan Hotel Griptha Kudus dan bagaimana strategi pemasaran jasa penginapan Hotel Griptha Kudus.

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel internal untuk produk, harga kamar, tempat/lokasi, promosi, karyawan, prasarana, dan proses. variabel eksternal minat masyarakat, kota industry dan dagang, tempat yang startegis, biro perjalanan, keberadaan pesaing, kebijaksanaan pemerintah, perkembangan teknologi. Metode pengumpulan data yaitu wawancara, kuesioner, dan dokumentasi, sedangkan analisis data menggunakan analisis SWOT.

Dengan menggunakan analisis tersebut di atas diperoleh hasil temuan penelitian sebagai berikut :

1. Pemasaran di Hotel Griptha Kudus memiliki nilai strategis faktor internal SAP (*Strategic Andvantage Profile Analysis*) dengan jumlah nilai tertimbang sebesar 3,731, menunjukkan adanya kekuatan, dan berada pada posisi kuat (*Strong*) pada kelas interval posisi persaingan strategik (SAP) atas faktor produk, harga atau tariff, tempat pelayanan, promosi, karyawan, prasarana dan proses.. Sedangkan pada analisis faktor eksternal ETOP (*Environment Threat Opportunity Profile*), yang dibagi dalam 2 (dua) variabel yaitu : pertama, EOE (*Environment Opportunity Element*) yang merupakan faktor peluang lingkungan eksternal diperoleh hasil 4,309 yang menunjukkan adanya peluangbisnis yang sangat besar, pertumbuhan pasar, kebijakan pemerintah, sedangkan faktor ancaman lingkungan eksternal ETE (*Environmental Threat Element*) diperoleh hasil ETE sebesar, 3,067 yang menunjukkan ancaman yang tidak cukup berarti atas faktor keberadaan pesaing, luas pasar, biro perjalanan dan teknologi, hal ini menunjukkan posisi ETOP berdasarkan matrik berada pada posisi usaha spekulatif.

2. Posisi pemasaran di Hotel Gripta Kudus tersebut dalam gambar SWOT terletak pada posisi investasi yang merupakan interaksi dari posisi ETOP usaha spekulatif dengan posisi SAP kuat (*Strong*)
3. Berdasarkan hasil yang diperoleh pada analisis matrik I-E, yaitu pada variable eksternal mempunyai nilai tertimbang 3,797 dan variable mempunyai nilai tertimbang sebesar 3,731 maka posisi perusahaan adalah posisi pertumbuhan . Dimana konsentrasi perusahaan pada satu industry saja serta memperbaiki fasilitas dan pelayanan yang tersedia di Hotel Gripta Kudus.

E. Daftar Buku yang digunakan : 20 (tahun 2000 – 2010).



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
RINGKASAN / ABSTRAKSI .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	2
1.2. Ruang Lingkup .....	4
1.3. Perumusan Masalah .....	4
1.4. Tujuan Penelitian .....	5
1.5. Kegunaan Penelitian .....	5
<b>BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>6</b>
2.1. Strategi Pemasaran .....	6
2.1.1. Pengertian Strategi Pemasaran .....	5
2.2. Unsur- unsur strategi pemasaran .....	9
2.2.1. Lingkungan Internal .....	11
2.2.2. Lingkungan Eksternal.....	17
2.3. Analisis Posisi .....	18



2.4. Penentuan strategi pemasaran.....	19
2.4.1. Strategi penetapan pasar dan penentuan posisi SWOT.....	19
2.4.2. Strategi penentuan posisi.....	20
2.5. Analisis SWOT.....	22
2.5.1. Identifikasi Lingkungan Eksternal dan Internal....	24
2.5.2. Posisi Perusahaan Menurut Matriks SAP.....	25
2.5.3. Posisi Perusahaan Menurut Matriks ETOP.....	28
2.5.4. Matriks SWOT.....	27
2.5.5. Matriks Daya Tarik Industri (MDTI).....	27
2.5.6. Matriks I-E.....	
2.6. Penelitian Terdahulu.....	28
2.7. Kerangka Pemikiran.....	30
<b>BAB. III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
3.1. Rancangan Penelitian .....	34
3.2. Variabel Penelitian .....	
3.2.1. Jenis Variabel .....	36
3.2.2. Definisi Operasional Variabel .....	
3.3. Jenis dan Sumber Data .....	37
3.4. Populasi dan Sampel .....	37
3.5. Pengumpulan Data .....	39
3.6. Uji Instrumen .....	39
3.6.1. Uji Validitas .....	39

3.6.2. Uji Reliabilitas .....	40
3.7. Pengolahan Data .....	40
3.8. Analisis Data .....	41
3.8.1. Analisis SWOT .....	42
3.8.2. Analisis Variabel Internal (SAP).....	43
3.8.3. Analisis Variabel Eksternal (ETOP).....	45
3.8.4. Matriks I-E.....	48
3.8.5. Implikasi Strategis.....	50
BAB IV. HASIL DAN PEMBAHASAN .....	52
4.1. Gambaran Umum Perusahaan.....	52
4.1.1. Sejarah Berdirinya Gripta Hotel & Café Kudus.....	52
4.1.2. Fasilitas Penunjang Hotel.....	54
4.1.3. Hubungan kerja gripta hotel Kudus.....	56
4.1.4. Struktur Organisasi.....	57
4.1.5. Tugas dan tanggung jawab.....	57
4.1.6. Kebijakan Tarif yang diterapkan.....	59
4.1.7. Tujuan kebijaksanaan tarif yang ditetapkan Gripta Hotel Kudus.....	60
4.2. Uji Instrumen Data .....	61
4.3. Penyajian Data.....	63
4.3.1. Variabel Internal.....	63
4.3.2. Variabel Eskternal.....	64

4.4. Analisis Data dan Pembahasan.....	66
4.4.1. Analisis SWOT.....	66
4.4.2. Analisis SAP ( <i>Strategic Advantage Profile</i> ).....	67
4.4.3. Elemen-Elemen Faktor Internal Perusahaan.....	69
4.4.4. Analisis ETOP ( <i>Environmental Threat dan Opportunity Profile</i> ) .....	71
4.4.5. Elemen-elemen Peluang Lingkungan.....	75
4.4.6. Elemen-elemen Ancaman Lingkungan.....	76
4.4.7. Analisis SWOT.....	79
4.7.7.1. Analisis Matriks I – E.....	79
4.7.7.2. Penilaian Variabel Eksternal.....	80
4.7.7.3. Penilaian Variabel Internal.....	82
4.7.7.4. Penentuan Posisi Bisnis.....	83
4.4.8. Analisis Strategi pemasaran jasa penginapan.....	84
BAB V. PENUTUP .....	87
5.1. Kesimpulan .....	87
5.2. Saran .....	88
DAFTAR PUSTAKA .....	90
LAMPIRAN	

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel 2.1. Penelitian terdahulu.....	28
Tabel 3.1. Posisi Perusahaan pada Matrik ETOP.....	47
Tabel 3.3. Posisi Perusahaan pada Matrik I-E.....	48
Tabel 3.4. Strategi dalam Matrik I-E .....	50
Tabel 4.1. Function room pada Hotel Griptha Kudus .....	56
Tabel 4.2. Analisis Validitas Variabel Internal .....	61
Tabel 4.3. Analisis Validitas Variabel Eksternal .....	62
Tabel 4.4. Hasil Analisis Reliabilitas.....	63
Tabel 4.5. Frekuensi Variabel Internal.....	64
Tabel 4.6. Frekuensi Variabel Eksternal (Peluang).....	65
Tabel 4.7. Frekuensi Variabel Eksternal (Ancaman).....	66
Tabel 4.8. Analisis SAP Hotel Griptha Kudus.....	68
Tabel 4.9. Kelas Interval Posisi Persaingan Strategik.....	71
Tabel 4.10. Matrik Environmental Opportunity Element (EOE) Hotel Griptha Kudus.....	74
Tabel 4.11. Matrik Environmental Threat Element (ETE) Hotel Griptha Kudus.....	75
Tabel 4.12. Posisi Perusahaan Pada Matrik ETOP.....	77
Tabel 4.13. Posisi Hotel Griptha Kudus dalam Matriks SWOT.....	78
Tabel 4.14. Indikator Variabel Internal dan Eksternal.....	79
Tabel 4.15. Nilai Tertimbang Variabel Eksternal Hotel Griptha Kudus..	80
Tabel 4.16. Nilai Tertimbang Variabel Internal Hotel Griptha Kudus....	81
Tabel 4.17. Matriks I-E Hotel Griptha Kudus.....	83

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar 2.1. Kerangka Konsep Analisa SWOT .....	21
Gambar 2.2. Identifikasi lingkungan Eksternal dan Internal.....	41
Gambar 3.1. Kerangka Pikiran.....	31
Gambar 4.12 Matrik ETOP Perusahaan Hotel Griphtha Kudus .....	77
Gambar 4.13 Matrik Posisi SWOT Hotel Griphtha Kudus.....	78



